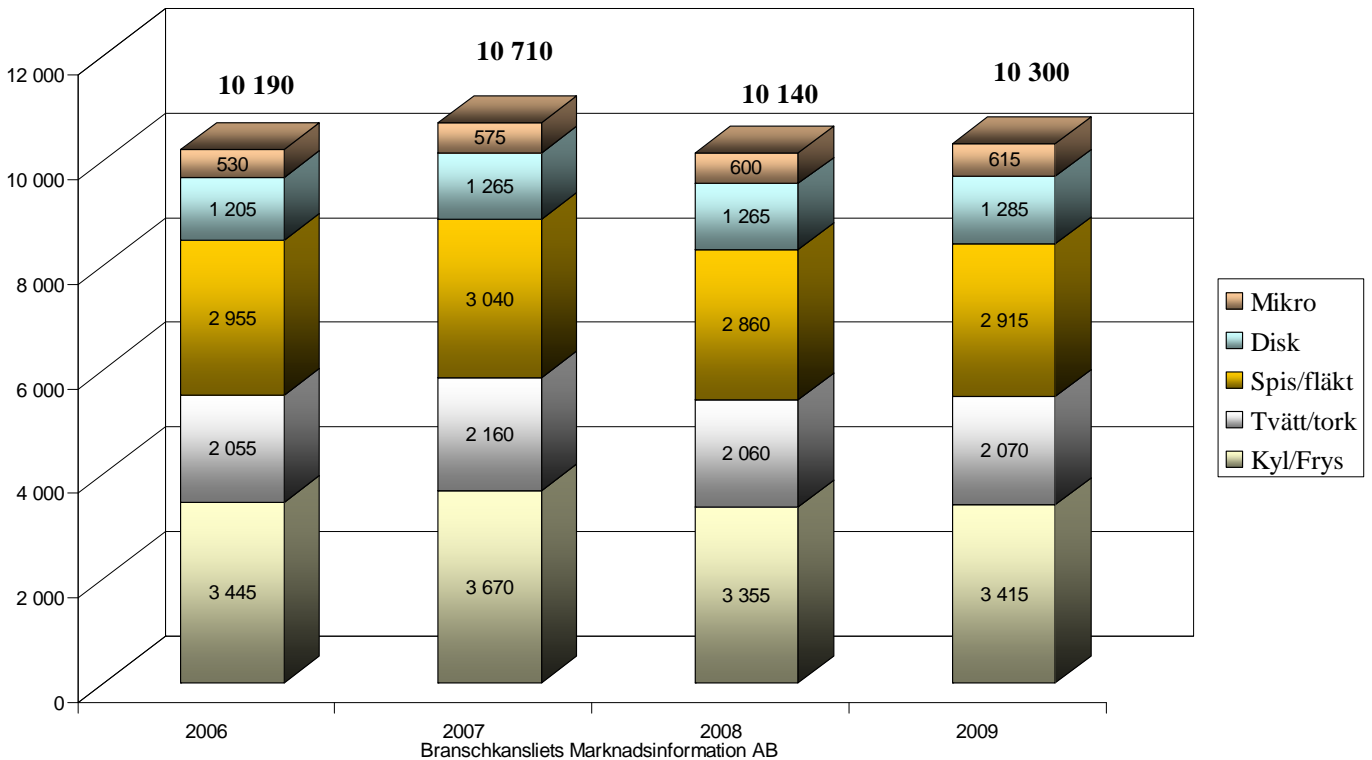


## VITVARUFÖRSÄLJNINGEN 2006 - 2009

Totalmarknad, konsumentvärde MSEK inkl moms



### FÖRSÄLJNINGEN STABILT UPPÅT UNDER 2010

Trots den kraftiga konjunktursvackan lyckades vitvarubranschen höja sin omsättning under 2009. Den förväntade nedgången uteblev och försäljningen ökade med 1,6 procent till 10,3 miljarder kronor, det näst högsta resultatet någonsin. Utfallet blev värdemässigt positivt inom samtliga produktområden, medan antalet sålda enheter minskade med 4,8 procent i genomsnitt.

Ökad nybyggnation och det stimulerande ROT-avdraget kan höja försäljningen ytterligare under 2010. EHL tror på fortsatt stigande omsättning och att resultatet kan hamna 3 procent över förra årets nivå.

Även framöver kommer de svenska hushållen att satsa på sin köksmiljö, där design är något som är värt att lägga extra pengar på. Samtidigt är det uppenbart att miljöfrågorna påverkar vid köp och att energieffektiva produkter upplevs attraktiva.

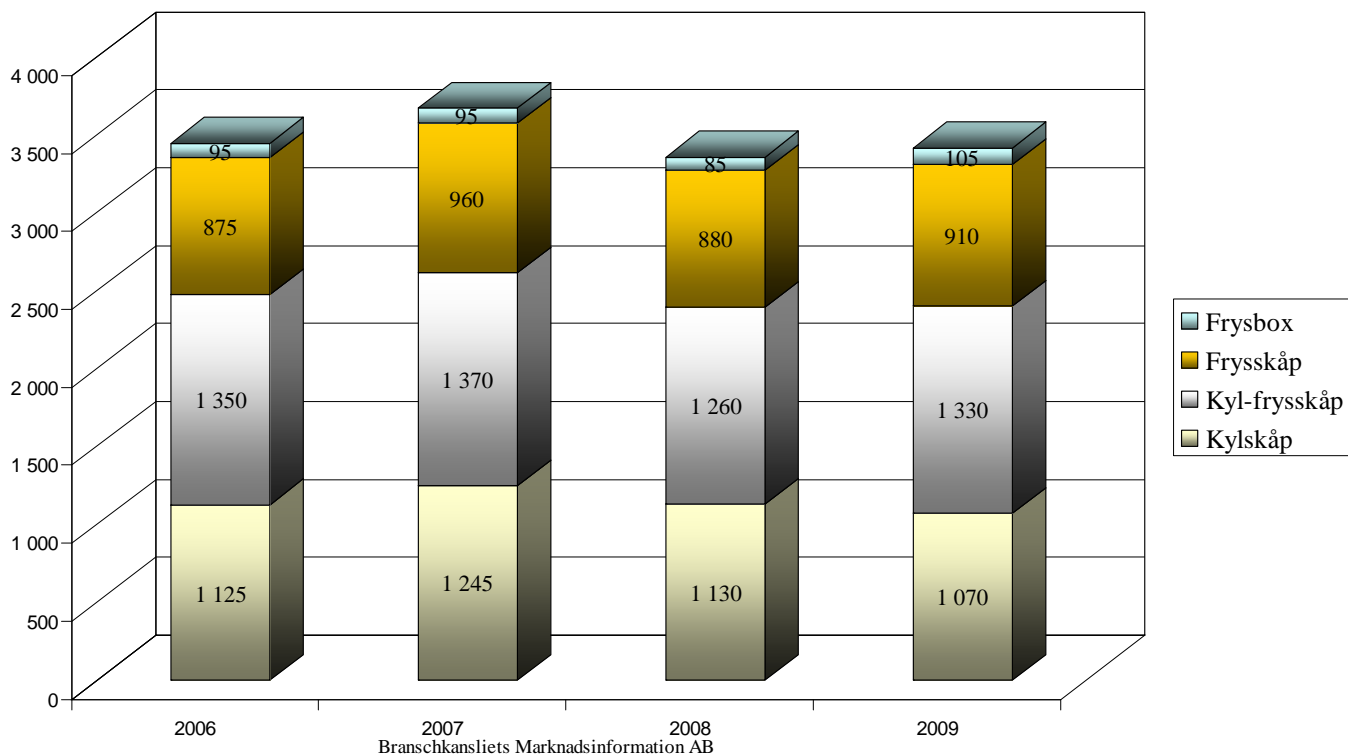
Det har alltså visat sig att vitvarubranschen står sig väl i konkurrens med andra investeringar även när konjunkturen viker, och vi ser fram emot ytterligare ett stabilt och positivt försäljningsår 2010, då vi kan hamna i närheten av resultatet från toppåret 2007.

Bengt Ernstsson

Branschkansliets Marknadsinformation AB

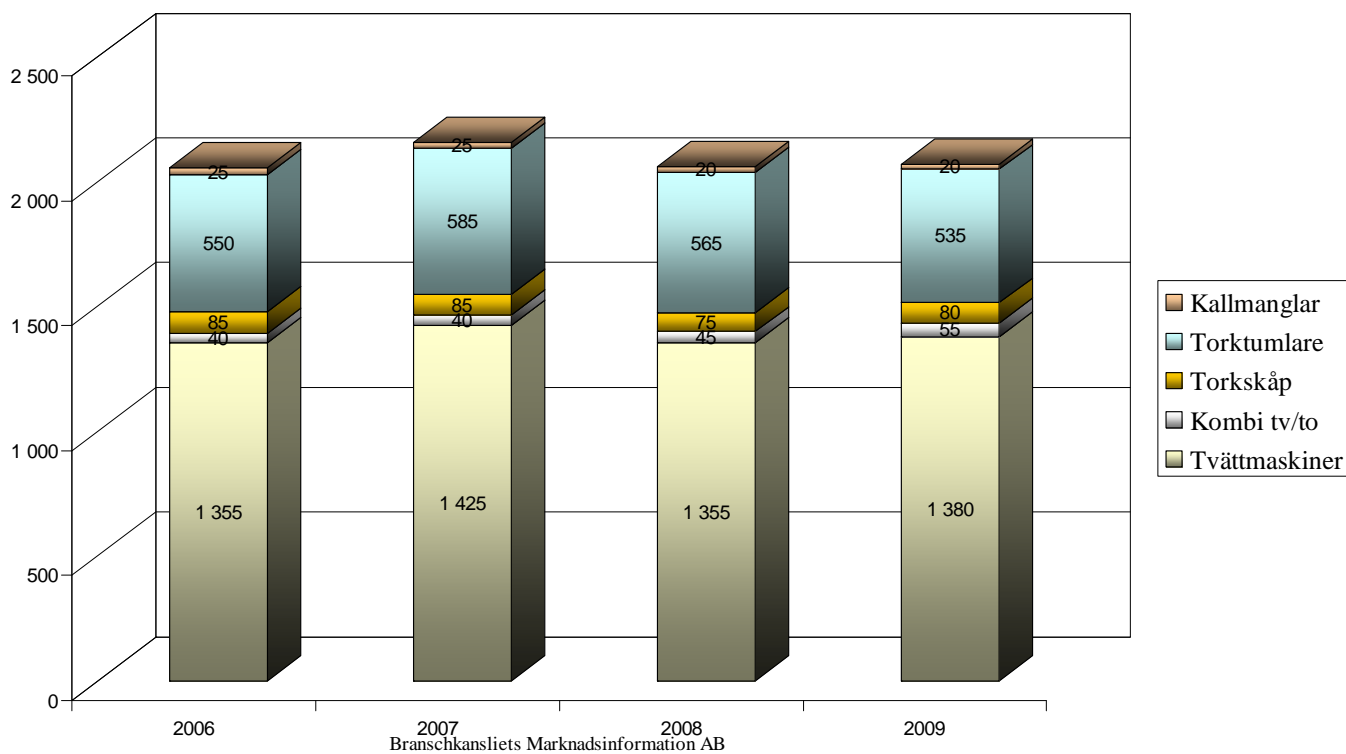
## KYL/FRYS-FÖRSÄLJNINGEN 2006 - 2009

Konsumentvärde, MSEK inkl moms



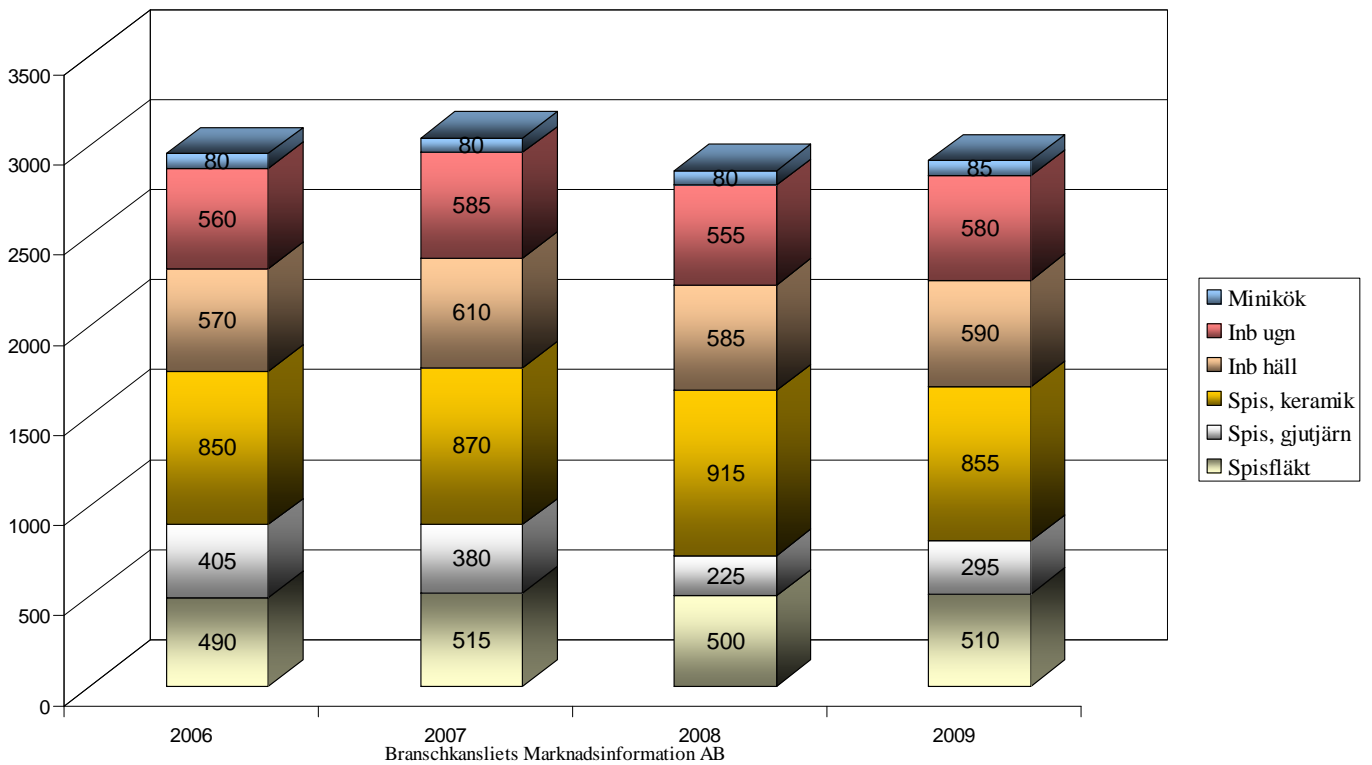
## TVÄTT/TORK-FÖRSÄLJNINGEN 2006 - 2009

Konsumentvärde, MSEK inkl moms



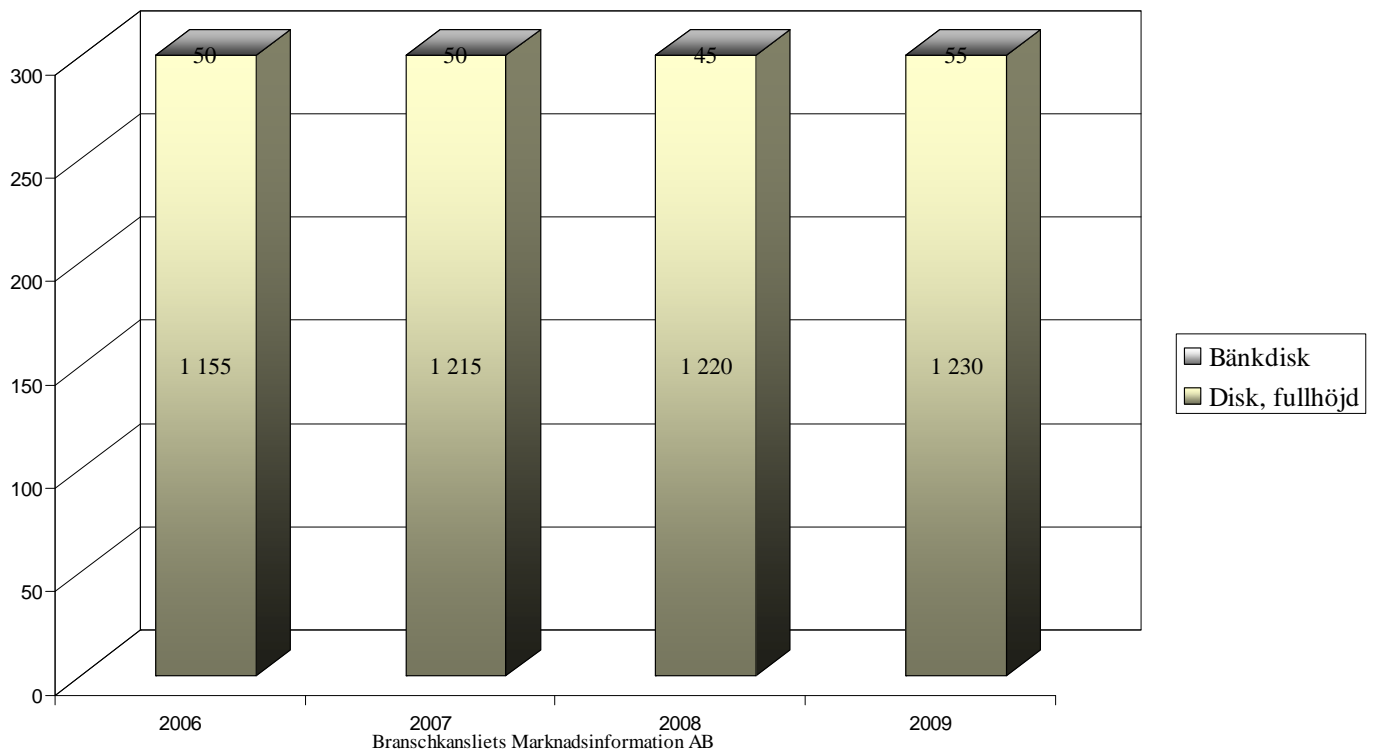
## FLÄKT/SPIS-FÖRSÄLJNINGEN 2006 - 2009

Konsumentvärde, MSEK inkl moms



## DISKMASKIN-FÖRSÄLJNINGEN 2006 - 2009

Konsumentvärde, MSEK inkl moms



# MIKROVÅGSUGNAR 2006 - 2009

Konsumentvärde, MSEK inkl moms

